

CONCLUSIONES

El turismo es uno de los sectores estratégicos para el progreso social y económico de Boyacá. El departamento conserva activos naturales, arquitectónicos y culturales que están o pueden estar habilitados para la expansión de actividades turísticas; sin embargo, existen inconvenientes en cuanto a la coordinación de agentes que intervienen en el turismo; marketing de destino en elementos como diseño de productos turísticos, precios, publicidad, posicionamiento, promoción y recurso humano; uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar la productividad y alta informalidad empresarial y laboral. Otras debilidades del turismo en Boyacá son calidad en el servicio, insuficiencias en infraestructura turística, conectividad en medios de transporte y digital (DPN, 2014). Los planificadores regionales, buscan incrementar competitividad turística, lo cual se debería lograr haciendo uso eficiente de recursos y mejorando la calidad de los servicios turísticos.

La competitividad es la capacidad de competir en un mercado donde existen otros jugadores y quien mejor satisfaga deseos y necesidades del cliente, obtiene mayor ventaja y es reflejada mediante la posición ocupada en el mercado. El logro de mayor competencia supone la capacidad de agregar valor y hacer buen uso, uso eficiente de los recursos disponibles. En turismo, la competitividad es influida por atractivos turísticos, la infraestructura turística, recurso humano local (habitantes del destino) y laboral, desarrollo empresarial, además las políticas públicas.

Los modelos de competitividad tienen en cuenta aspectos como recursos heredados, naturales, patrimoniales y recursos creados como

infraestructura turística y actividades de complemento, condiciones de contexto en aspectos económicos, políticos, sociales, ambientales, legales y tecnológicos; recurso humano, mercado laboral, políticas públicas, planificación y gestión de destino, precios, apertura al comercio, desarrollo social, aspectos comerciales y de marketing, entre otros. La competitividad turística es multidimensional y compleja, medida con cifras como el número de visitantes, ingresos, crecimiento económico, desarrollo humano, accesos a servicios y tecnologías, segmento de mercado, generación de empleo, calidad, etc.

Son tan numerosos los drivers de competitividad en el turismo que es necesaria su priorización, solo algunos son esenciales o adquieren mayor importancia y en ellos radica el éxito, entonces, los recursos deben ser dirigidos a atender estos factores, que son prioritarios y cuya gestión potencia al destino turístico. La gran cantidad de información existente sobre posicionamiento de destinos turísticos hace necesario la aplicación de un método como el de Factores Críticos de Éxito. Este trabajo se concentró en la identificación de esos factores prioritarios que inciden en la competitividad de destinos turísticos en el departamento de Boyacá. Se identificaron drivers de competitividad turística mediante revisión sistemática de literatura y posteriormente se priorizaron mediante un Delphi a expertos. Los factores críticos de éxito son recurso humano, infraestructura vial, marketing de destino, políticas públicas, planificación del destino y sostenibilidad.

Para Boyacá es fundamental capacitar al recurso humano que participa en servicios turísticos, es necesario el entrenamiento en calidad en el servicio, servicio al cliente e idiomas. La infraestructura vial es un cuello de botella para Boyacá, que requiere la aplicación de cuantiosos recursos económicos y voluntad de actores públicos y privados en cuanto al real desarrollo de obras viales, es decir, que se elaboren vías y además que sea garantizada la calidad y duración de las mismas.

En Boyacá se debe hacer desarrollo técnico de productos turísticos, acompañado de promoción, establecimiento de precios de acuerdo con el target que se desea atender. En cuanto a políticas públicas al parecer no han sido diseñadas con incentivos adecuados

para promover el turismo, adicionalmente, hay incongruencia y desconexión entre las políticas públicas de orden nacional, departamental y municipal. Los destinos turísticos deben ser planificados, establecer sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, teniendo en cuenta los ámbitos político, económico, legal, social y tecnológico en el entorno nacional e internacional; además, análisis sectorial para establecer la visión de los destinos turísticos y por supuesto las estrategias para lograr objetivos de posicionamiento, mercado, utilidades, etc. ayudada la planificación con las políticas públicas que incentiven y orienten la planeación que debe tener en cuenta la sostenibilidad del destino.